

Васильева Ю.В.
ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»,
г. Екатеринбург
vasileva.vip@bk.ru

ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ ОТКРЫТЫХ ИННОВАЦИЙ НА РЫНКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Открытая инновация (англ. *open innovation*) – термин, созданный доктором Генри Чезбро (Henry Chesbrough). В своей работе «Открытая инновация: исследование новой парадигмы» (Open Innovation: Researching a New Paradigm) он определял открытую инновацию следующим образом: «использование целенаправленных входящих и исходящих потоков знания для соответственно, ускорения внутренней инновации и расширения внешнего использования инновации. Эта парадигма предполагает, что компании при усовершенствовании своих технологий могут и должны использовать как внешние, так и внутренние идеи, а также как внутренние, так и внешние пути выхода на рынок».

На современном этапе развития, перед крупными компаниями все более появляется необходимость вносить серьезные изменения в свои корпоративные бизнес-стратегии. Изменение внешней среды и ужесточение конкуренции вынуждает компании искать новые потенциалы роста. Одним из таких потенциалов является приверженность компании развитию инновационной деятельности.

Однако и модель осуществления инновационной деятельности претерпевает изменения. Все большее количество компаний склоняется к переходу от традиционной, закрытой модели инновационной деятельности, предполагающей создание инноваций собственными силами, к модели открытых инноваций, предполагающей активное взаимодействие с внешними источниками идей и технологий.

В экономическом плане основной причиной перехода является снижение доходов и рост расходов фирм. Рост расходов компании, в частности связан с тем, что жизненный цикл продукции сокращается. Ввиду ужесточения конкуренции на рынке информационных технологий жизненный цикл исчисляется уже даже не годами, а месяцами. За столь короткий срок продаж нужно успеть окупить немалые инвестиции в создание продукта. Таким образом, оказание серьезного давления на финансы компании мож-

но назвать основным двигающим фактором применения модели открытых инноваций.

Модель открытых инноваций предполагает, что компания при разработке новых технологий и продуктов не только рассчитывает на собственные внутрикорпоративные НИОКР, но и активно привлекает инновации и компетенции извне.

В США с середины 1990-х гг.: все большая доля инноваций рождается не в «секретных» корпоративных лабораториях, а берется ими тем или иным способом с рынка. По данным департамента развития и коммуникаций Российской венчурной компании, в США почти 40 % составляют закрытые инновации, а оставшиеся 60 % – открытые инновации.

Существуют самые различные формы и практики активного использования этой новой бизнес-модели. К числу таковых, в частности, относятся разнообразные стратегические альянсы и партнерства; субподряды и аутсорсинговые контракты; различные виды лицензирования технологий; создание совместных предприятий; создание автономных компаний на базе университетов; совместное использование технологического оборудования и установок; межфирменное сотрудничество в сфере технологической стандартизации; инновации, осуществляемые при помощи конечных пользователей; кооперативные венчурные инвестиции и прочие.

К числу наиболее часто используемых компаний – образчиков следования бизнес-модели открытых инноваций прежде всего относятся два гиганта – IBM и Procter & Gamble, которые смогли кардинальным образом переломить неблагоприятные рыночные тенденции, резко сменив акценты в сторону большей инновационной открытости.

В частности, IBM сделала ставку на активное использование открытых программных средств (прежде всего продвижение ОС Linux), агрессивное внешнее лицензирование не используемых в самой компании технологий и создание мощной автономной структуры IBM Global Services, ориентированной на комплексное обслуживание многочисленных потребителей ее технологий, на которую теперь приходится более половины всех доходов компании.

Одним из наиболее ярких примеров использования модели открытых инноваций стала совместная технологическая разработка легендарного продукта Apple iPod: предприниматель Тони Фэделл разработал первоначальную идею и общую концепцию нового продукта, компания Apple для ее дальнейшей реализации создала специальную группу разработчиков из

35 человек и привлекла к участию в проекте партнеров из Philips, Ideo, General Magic, Connectix и WebTV, а общий технический дизайн разрабатывался отдельным альянсом, в состав которого входили Portal Player, Wolfson, Toshiba и Texas Instruments.

Таким образом, потребность современных компаний в большом количестве исследований и разработок приводит к тому, что модель осуществления инновационной деятельности претерпевает изменения. Все большее количество компаний склоняется к переходу от традиционной закрытой модели, предполагающей создание инноваций собственными силами, к модели открытых инноваций, направленной на активное взаимодействие с внешними источниками идей и технологий. Однако, обладая рядом преимуществ, позволяющих сократить расходы и повысить доходы компании, модель открытых инноваций имеет слабые места, одним из таких слабых мест является защита информации в рамках инновационного процесса. Одним из возможных способов решения данной проблемы является создание агентства, осуществляющего посреднические функции между участниками инновационного процесса.